



出版社拍攝作者介紹影片吸引讀者駐足。

館員化身策展人 讓好書不寂寞

經營館藏展示 在於知人與知書

文、圖／國立公共資訊圖書館 陳慧珍

為了讓每一本書有被看見的機會，策展館員破除圖書館 80 / 20 法則現象，透過策劃書展的形式，將 80% 較少被人利用的館藏書籍推介給讀者閱讀。

不知道身為圖書館員的你是否有這樣的職業病，除了逛街之外，對於逛圖書館與書店也有極高的興趣，書店的經營模式刺激圖書館員產生創意，促使圖書館翻轉其建築空間、服務模式與經營型態。從 1989 年誠品書店在仁愛路圓環成立第一家書店，結合人文、藝術、創意與生活的經營方式，漸漸形塑臺灣的書店文化；來自日本的蔦屋書店正式進駐臺北，雖然規模較日本總店大幅縮減，仍引發排隊熱潮；入選全球最美十大書店的好樣文房 (WG)，也因為其營造的人文知性空間，吸引許多人趨之若鶩的前往朝聖。

相較於書店，圖書館在近十年來也有大幅的轉

變，教育部 2009 年補助兩期的「閱讀環境與設備升級」計畫，以提升公共圖書館硬體環境與設施，透過此計畫也為國內圖書館空間帶來新的風貌。

然而現場實際觀察，大多數人喜歡在書店流連忘返，卻不是在圖書館內，或許與書籍的新穎性與取得便利性有很大的關係，書店裡的新書上架快速，現下許多大型書店都提供舒適的閱覽座位讓讀者可以在書店悠閒的閱覽，新書可以搶先目睹，書籍的行銷方式多元，利用傳單、立牌、海報等宣傳媒介，以增加書籍的展示效益，也有出版社拍攝書籍推薦影片 (BV, Book Video)，以完整表達作者想要透過書傳遞的訊息。

熟悉館藏 挖掘書籍給需要的讀者

從書店推介書籍的方式，延伸思考國內公共圖書館的實務做法，大部分圖書館都有在館內設置主題書展的經驗，展示區域多是運用圖書館入口顯眼處設置了主題書區或新書展示區，讓到館的讀者接觸到新進館藏，以提高讀者把書帶回家的機會。圖書館展示館藏的方式與書店有些許不同，透過製作宣傳海報 POP，加上簡單的文字說明，例如：主題名稱、展期等，再將該類圖書陳列於展示櫃或是書櫃上，以書封朝上（外）的方式展示，經營方式與書店相較之下略顯保守與單調許多。

其實圖書館與書店有很大的同質性，撇開營利這點不談，不外乎都是要促進書的流通，增加來客數與回客數；但是圖書館比較吃虧的是書籍的新穎性與立即性，受限於經費與處理時程，無法立即提供讀者所冀望的讀物，在「巧婦難為無米之炊」的狀況下，圖書館員們必須更熟悉館藏，自既有的館藏裡挖掘出讀者有興趣的書籍，再加以組合包裝展示到讀者面前。圖書館裡也有 80 / 20 法則的現象，圖書館大多數人借閱的書籍集中在圖書館 20% 的館藏內，有 80% 的館藏較少被人利用，如果圖書館有興趣去研究每本書的流通資料，或許會有驚人的發現，可能有很多館藏自買進館後一直沒有被外借的機會（當然限館內使用的館藏除外）。



多數公共圖書館主題書展的展覽方式。



MLD 台鋁書屋的書籍簡介，讓書更有溫度。

為了讓館藏能夠被人所知，圖書館員的任務之一是要促使 80% 的館藏，也有被利用與閱讀的機會。書籍展示便是一個推廣的方法，讓讀者有機會接觸到他平時很少發現的館藏，圖書館學者薛拉 (Shera) 提到參考館員的職責在於知書與知人，讓每一本書都有被看見的機會，了解你所擁有的資源，了解你的讀者喜歡什麼，將適當的書引薦到需要的讀者面前。

蘇珊布朗言簡意賅 點出經營書展核心原則

蘇珊布朗 (Susan Brown) 是美國教堂山公共圖書館 (Chapel Hill Public Library) 的館長，同時她也經營「658.8」部落格，分享她在圖書館專業的一些看法。她在 2012 年發表了「Ten Tips for Better Book Displays」一文，引發許多圖書館員的熱烈迴響，才發現許多圖書館都有經營書展的需求，但是很多人不知道從何下手，於是她在次年又發表了「Twenty Rules for Better Book Displays」一文，由選書、策展原則到書展主題的擬定，言簡意賅的說明如何規劃書展。這些原則可以提供給有心想要經營館藏展示的圖書館員入門的概念，並以筆者到訪的幾個國內外圖書館及書店為案例，希望能誘發大家有關展示書籍的創意發想。



奧蘭多公共圖書館的畢業主題書展。

一、選擇吸引人的主題

展示書籍原則首要必須獲得讀者的喜好，而不是反應館員的品味，要能引發讀者翻閱的意願，書展是否成功的關鍵，取決於館員對讀者閱讀習慣的掌握。許多圖書館員對於挑選書籍展示的主題感到困難重重，如果對於館藏內容還不夠熟悉，建議可以先從熱門排行榜、暢銷書、得獎書籍等主題著手，或是搭配時事主題（如諾貝爾獎公布時，規劃獲獎者作品展），挑選適合的館藏資料展示，後續再依據館員對館藏的熟悉程度、館藏被使用情況規劃主題。另外為了拉近館員與讀者間的距離，也可以邀請館員選書，寫上推薦理由，讓選書更有溫度。

二、視覺行銷，抓住讀者的目光

書籍本身就是一個最好的展示物，書籍的封面設計影響讀者翻閱的意願，出版社為了增加書的銷售量，在書籍的設計上更加用心，呼應書籍的內容。書籍的封面、裝幀方式、書況都可能是吸引讀者翻閱的原因，因此圖書館員在規劃展示時，可挑選封面顯眼、書況較佳的書籍，提高展示的視覺效果。此外為了凸顯展示的主題，可製作海報、文宣或 POP，過多的介紹文字會成為雜訊，一句簡單的口號與主題，更能讓人印象深刻。



義大國際中學圖書館的巧思——營造迷你電影院。

三、鼓勵借閱

書展的目的在於提高借閱率，建議可以在展示書籍封面或是周邊的宣傳海報註明展示的相關說明，並增加歡迎借閱的字樣，盡可能地鼓勵讀者把書帶回家閱讀，許多圖書館的主題書展在展示期間不允許外借，或是提供預約制度，讓讀者可以在展期結束後借閱他有興趣的書籍，不過可能有些讀者會因為當下無法借閱書籍感覺不快。主題書架的館藏被借閱一空，能夠反應出此主題的受歡迎程度，為了解決架上無書之窘境，建議策展館員在選書時能夠增加相關的書籍量，當展示書籍被外借才能夠適時補充。

四、運用與主題相關的元素與道具

圖書館的經費與人力都不若大型書店有專門的展示陳列人員，且多數館員也欠缺展示的概念與技巧，如能應用手邊的物品與道具，即便是一個簡單的書架，也可以營造出屬於該主題的氛圍，打造出不花錢的主題展示。新加坡 Queenstown 圖書館在館內設置一個模擬的刑案現場，展示偵探相關主題的書籍；旅行書展運用行李箱、帽子等道具，營造旅遊的氛圍，將書擺進行李箱裡，凸顯書是旅行良伴；義大國際中學圖書館則有學生手作迷你電影院以推薦電影館藏的巧思。



新加坡 Queenstown 公共圖書館的偵探主題展。



首爾教保文庫書店將電子書和實體書並列展示。

五、展示資料類型多元

大多數圖書館書展的資料型態多是單一類型，以書籍為主，倘若能夠擴大所要介紹的資源類型，也能讓讀者有機會接觸到其他館藏，例如將紙本書與電子書同時展示，以觸及不同閱讀習慣讀者的喜好；電影小說展同時展出電影原著與DVD等。

六、書架與展示

書展不僅僅是典藏館藏的存儲設備，如能善加運用也能成為展示書的舞臺，利用燈光、布置，彰顯書籍的特別，引發讀者翻閱的興趣。國立公共資訊圖書館在書架設置一個結合燈光與斜面的層格，有個美麗的名字「邂逅窗」，成為一個極佳的展示空間；高雄市立圖書館的「關鍵出版」專櫃，在書架上設置櫥窗，以展示館內珍貴館藏；臺中國家歌劇院裡的WG書店則突破傳統的書架展示，利用木棧板堆疊成展示書的平臺。



國立公共資訊圖書館的邂逅窗。



新加坡烏節路公共圖書館的展示書櫃，結合燈光觸控螢幕與實體展示區。

七、行銷你的書展

書展推出之後，要充分發揮展示的價值與意義，不是只是把書籍放在展示架上就結束了，館員必須努力思考如何推廣行銷以發揮最大效益，包括推廣活動，書展與電影展的相互搭配；製作文宣海報或專屬網頁；運用社群媒體進行行銷等方式，也能透過在書架間的空格處設置海報或是運用QR code等美工POP，讓瀏覽書架的讀者也能夠看到圖書館員的行銷創意，營造無處不在的選書。

策展館員 創造書與人的美麗邂逅

策展館員需具備洞察讀者閱讀興趣的能力、快速組合主題的能力，並具有熱忱與意願才能夠持續經營書籍展示，可以透過書展行事曆將年度預計規劃的主題排程，並搭配相關的節慶活動或例行主題，或是與其他單位合作，取得相關的展示資源與道具，讓展示內容更豐富，引發讀者期待。別忘了，書架是你的櫥窗、你的舞臺，圖書館員請善用手邊的資源，發揮創意與觀察力，在圖書館創造出書與人之間美麗的偶遇，讓好書不寂寞，人人有其書！🌀